

<<商务策划管理教程>>

图书基本信息

书名：<<商务策划管理教程>>

13位ISBN编号：9787501776078

10位ISBN编号：7501776075

出版时间：2006-7-1

出版时间：中国经济出版社

作者：周培玉

页数：337

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<商务策划管理教程>>

### 前言

《商务策划管理教程》是CBSA总部专门为高校开设西务策划公共选修课而编写的一本市场化教材，其主体结构和理论体系源自CBSA总部10年培训商务策划师的研发成果。

从2005年7月《现代商务策划教程》出版至今，全国100多所高等院校先后订购使用，累计发行量近4万册，这从一个侧面验证了2006年3月教育部新增商务策划管理专业的及时性和前瞻性，其学科强大的生命力也由此彰显。

最近几年来，为什么开设商务策划课程的大学越来越多？

其深层次的原因是中国市场的复杂性和大学生的就业难两大世纪难题。

5年前，我曾做过两个基本判断：一是工商管理知识需要升级，特别是现代市场营销越来越需要创新，西方的管理理论对中国的企业和市场的适应性已暴露出许多不足，大学课堂教育受到了前所未有的挑战。

各类工商管理总裁研修班、EMBA班的开办，更是让教授们感受到了某种危机。

二是大学生进入社会前需要进行知识转化，这个“转化器”非商务策划莫属。

因为全面、全方位、高度竞争的21世纪，经营已成为所有组织的第一要务，要经营就必须认真策划，如今各行各业都需要策划，人人都离不开策划。

新经济社会的到来，商务策划必将成为当代大学生在校的一门必修课。

我们将其命名为“第四项修炼”，与外语、计算机、驾驶并列为人生四项基本技能，其中商务策划是最最重要的一项修炼，不经此修炼，大学生无法适应市场。

试想，在以客户为中心、竞争无所不在、营销过度的今天，缺乏策划、创新能力的组织和个人如何立足和发展？

当然，对高校几千万在校大学生来说，最现实、最迫切的是就业问题。

2008年12月20日，温家宝总理在北京航空航天大学图书馆与大学生们座谈时说政府非常关心大学生的就业问题，强调要把大学生就业放在首位。

## <<商务策划管理教程>>

### 内容概要

本书原名《现代商务策划教程》。

本书为第二版。

全书分为十二章，进一步突出策划理论的系统性和方法、工具的实操性。

本教程的12个单元，可分为4个学习板块： 1.导论课。

由第一章、第二章构成，目的是让大学生系统了解策划产生的深刻历史背景和巨大的市场发展前景，商务策划对个人和组织的影响和作用，“第四项修炼”的现实意义。

2.原理课。

由第三章、第四章和第五章构成，目的是让大学生系统掌握策划的基本原理和科学的思维方法，提高就业竞争力，成为创新型人才，养成做正确事情的习惯。

3.方法课。

由第六章、第七章、第八章、第九章和第十章构成，目的是让大学生在学业和就业、就业和职业接轨阶段掌握基本能够满足现实需要的创新技法和技能，包括市场营销、就业和创业策划以及如何提高自身素养等各种方法和途径，努力把正确的事情做对、做好。

4.工具课。

由第十一章和第十二章构成，目的是让大学生了解商务策划市场调研与策划书的写作要求等，通过系统训练提高观察市场、分析问题和文案写作能力，为今后进入职场解决实际问题、提供具有专业水准的策划方案打好基础。

## <<商务策划管理教程>>

### 作者简介

周培玉，1977年恢复高考第一批冯关者，安徽理工大学毕业。  
现任CBSA全国商务策划师培训总部（北京四维天成商务策划咨询中心）主任，中国企业联合会职业经理资格认证专家委员会委员，清华大学特聘教授，国家创新人才评价体系——《商务策划师资评价标准》、《企划职业经

## &lt;&lt;商务策划管理教程&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 策划导论 第一节 策划的概念 第二节 商务与策划的产生 第三节 策划的起源和发展 第四节 商务策划的发展沿革 第五节 商务策划的主要领域 第六节 商务策划与“第四项修炼” 第二章 中国谋略智慧 第一节 谋略的形成 第二节 谋略大家及其思想 第三节 中国智慧经典第三章 策划的基本特征 第一节 策划的主要概念 第二节 商务策划的基本要素与特征 第三节 商务策划的原则 第四节 策划的基本方式第四章 策划的基本原理 第一节 策划的基本原理 第二节 策划的功能与商务作用 第三节 策划科学的形成 第四节 策划与咨询的关系 第五节 新经济时代对策划的要求第五章 策划思维与模型 第一节 策划思维的特点 第二节 策划思维的结构 第三节 策划思维过程与常用方法 第四节 创新技法在策划过程中的应用 第五节 创新思维的典型方法 第六节 商务策划的思维模型第六章 创意与策划技巧 第一节 创意理论与规律 第二节 创意的形成 第三节 商务策划的方法 第四节 商务策划的策略 第五节 商务策划的技巧第七章 策划的运作程序 第一节 策划的类型划分 第二节 策划的阶段划分 第三节 策划的程序和步骤 第四节 策划的运作流程第八章 市场营销策划 第一节 市场营销的基础知识 第二节 产品与品牌 第三节 广告策划 第四节 促销策划 第五节 销售谈判策划第九章 就业与创业策划 第一节 就业与人生战略 第二节 就业策划的基本思路 第三节 就业渠道的形式与创新 第四节 应试策划与技巧 第五节 职场的基本原则 第六节 创业策划第十章 创新人才的素养与技能 第一节 创新人才的基本素养 第二节 创新人才必备的基本知识 第三节 创新人才的基本能力 第四节 创新人才的“商能”培养 第五节 创新人才的潜能开发 第六节 商务人才的发展与提升第十一章 市场调研报告 第一节 市场调研策划 第二节 市场调研资料 第三节 市场调研报告编写第十二章 策划书的写作 第一节 策划案的结构与类型 第二节 产品营销策划案 第三节 广告策划案 第四节 大型公关活动策划案 第五节 求职策划案附录 一、世界著名策划机构简介 1.跨国智囊团——国际应用系统分析研究所 2.“世界脑库”的杰出代表——美国兰德公司 3.现代咨询业的巨人——麦肯锡管理顾问公司 4.现代咨询业的多面手——美国斯坦福国际咨询研究所 5.追赶兰德的“脑库”——日本野村综合研究所 6.战略问题的高手——德国罗兰贝格公司 二、《商务策划师资质评价标准》(2005版) 三、初级商务策划师全国统一考试试题及答案参考文献

## 章节摘录

插图：在中国市场经济中大显身手的策划业，近10几年来取得了长足的进展，但自身也存在一些问题，集中表现在以下三个方面：（1）策划行业缺少规范。

策划作为一个行业，长期没有行业管理组织，也没有相应的政策法规，行业规范的缺失，导致市场秩序混乱，如漫天要价、不讲信誉、服务内容单一和雷同、从业人员良莠不齐、服务质量差等问题比较突出，损害了策划人的形象，也影响了整个行业的健康、有序发展。

（2）策划科学含量不高。

一直以来，中国策划强调艺术性，相对而言缺少科学性，思想多而方法少，定性多而定量少。

策划当然不能没有艺术性，但必须建立在科学的基础上，否则策划方案空洞而抽象，执行起来就有很大的随意性。

这方面，中国的策划公司与国外知名咨询公司差距较大，由于策划常常凭感觉和天赋，策划的成功带有很大的偶然性。

（3）策划过分推崇明星。

整个策划行业缺乏组织和队伍建设风气，缺乏实事求是的精神，而习惯于包装个人，推崇明星，一些策划公司的老板把自己标榜成无所不能的点金大师，使一些了解真相的企业敬而远之，招致很多非议。

明星固然重要，但随着市场竞争的加剧，企业经营形势越来越复杂，依靠明星的单打独斗很难解决企业的实际需要。

以上问题的存在和暴露，说明中国策划行业还处在发展的初级阶段，还很成熟，与国外咨询行业相比还有很大的差距，需要从行业规范、学科建设、职业培训等多方面加强管理和引导。

但总的来说，近年来中国策划业的发展是健康的、积极的，并且正迎来千载难逢的历史发展机遇。

专家们预言：商务策划正在成为未来收入最高、就业最稳定的热门职业之一，商务策划类创新人才最容易向经营高层跃升，最容易转化为新的资本所有者。

未来学家托夫勒先生更是大胆放言：主宰21世纪商业命脉的将是策划，因为资本时代已经过去，策划时代已经来临！

## <<商务策划管理教程>>

### 媒体关注与评论

《商务策划管理教程》是周培玉教授的力作之一，是国内最早系统、完整的理论与实践较好结合的策划著作。

该书从商务策划的基本理论问题出发，汲取中国传统文化精髓，对策划所涉及的领域、思想方法、策略技巧和思维模型等进行了精辟的阐述与分析。

该书的修订和再版不仅仅是对策划教育与认证培训的贡献，更重要的是对商务策划学科建设的推动，以及对中国管理智慧的提升和传播。

——靳俊喜，教授，重庆工商大学商务策划学院院长、商务策划研究所所长。

主持创建了中国第一个商务策划管理本科专业。

重庆市人民政府决策咨询专家委员会委员。

本教程不同于一般的教科书，它深入浅出、生动鲜活地回答了策划是什么、为什么要学习策划和怎样做好策划。

经过几年的教学实践，我们认为，这是一本知识结构合理、系统性强、宜教宜学、紧贴市场实际的优秀教案。

本教程既是当代大学生的必修课，也是工商界人士特别是中小企业领导人管理知识升级、提高创新理论素养不可多得的案头宝典。

——张鸿，教授，西安邮电学院经贸系主任，省级教学名师，西北地区首位高级商务策划师。

商务策划是一门崭新的学科，教材编写的难度较大，非文理知识兼备、通晓中外管理思想并深谙企业经营之道者不能为。

《商务策划管理教程》以其系统思想、科学架构和独特的四维模式，诠释了有中生有、无中生有、有无相生的策划科学与艺术。

——吕志明，湖南工业大学商学院教授、策划与经纪研究所所长。

<<商务策划管理教程>>

编辑推荐

《商务策划管理教程(第2版)》为最受商学院欢迎的畅销书。

<<商务策划管理教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>